

ABSTRAK

Media sosial kini banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia dengan pengguna di Indonesia mencapai 191 juta. Humas PT Surveyor Indonesia memanfaatkan media sosial Instagram untuk membentuk citra. Tujuan penelitian ini ada dua, yaitu untuk mengetahui strategi humas PT Surveyor Indonesia dalam membangun citra perusahaan melalui media sosial Instagram, dan untuk mengetahui dampak dari strategi humas PT Surveyor Indonesia dalam membangun citra melalui media sosial Instagram terhadap stakeholder. Teori yang digunakan adalah Strategi Humas menurut Cutlip, Center&Broom (2011) dan Stakeholder menurut Warsono (2009). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, serta studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas PT Surveyor Indonesia dalam membangun citra melalui media sosial Instagram adalah dengan menghidupkan konten berupa trending topic, menggunakan intermezzo/trivia, hashtag khusus #sitizen, memanfaatkan fitur Instagram, hingga mewajibkan seluruh pegawainya untuk mengikuti akun Instagram @Surveyor.id. Selain itu, dampak dari strategi humas PT Surveyor Indonesia dalam membangun citra melalui media sosial Instagram terhadap stakeholders adalah berdampak positif. Dampak positif terlihat dari adanya respon positif dan apresiasi dari stakeholders berkaitan dengan unggahan konten Instagram @Surveyor.id yang melakukan tagging terhadap stakeholders yang sedang melakukan kerjasama, serta keaktifan perusahaan dalam memuat konten intermezzo/trivia. Selain itu, dampak positif juga dikarenakan adanya peran aktif humas dalam memberikan perhatian kepada stakeholders serta upaya membangun interaksi melalui pemberian informasi kepada para stakeholders.

Kata kunci: hubungan masyarakat, media sosial, PT Surveyor Indonesia, *stakeholder*, strategi humas